

MODUL

KREASI KAIN PERCA BATIK KUDUS SEBAGAI *TOTE BAG* BERMOTIF IKON KOTA KUDUS

Oleh :

1. Jayanti Putri Purwaningrum
2. Brian Priyangga

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Daftar Isi	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
BAB III CARA PEMBUATAN PRODUK TOTE BAG	8
BAB IV STRATEGI PEMASARAN PRODUK TOTE BAG.....	10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	13
DAFTAR PUSTAKA	14

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu ciri bangsa Indonesia yang dapat memberdayakan sumber daya manusia. Di Indonesia, hampir setiap daerah memiliki batik khas daerahnya, masing-masing daerah memiliki motif dan corak yang berbeda. Pada khususnya di kota Kudus dengan industri batik yang kian menjamur.

Salah satu kecamatan yang terkenal dengan hasil batiknya adalah Kecamatan Gebog karena hampir setiap desa dan kelurahan di kecamatan ini memiliki usaha pembatikan dan konveksi batik. Para penjahit tersebut tidak hanya kaum Ibu, tetapi juga muda-mudi yang tidak melanjutkan sekolahnya. Dari pekerjaan menjahit tersebut, banyak sisa-sisa kain batik yang biasanya hanya dibuang dan dibakar, hal tersebut sangat disayangkan, karena sebenarnya banyak manfaat yang dapat diambil dari kain perca batik.

Alternatif yang dapat dilakukan untuk membuat kain perca batik lebih berguna dan bernilai jual tinggi adalah dengan menjadikan kain perca batik sebagai produk fashion yang menarik perhatian masyarakat. Salah satu produk fashion yang masih hangat di kalangan masyarakat adalah seperti tas. Selain memiliki nilai jual yang cukup tinggi, tas dari kain perca batik belum terlihat di masyarakat, sehingga dapat dijadikan salah satu varian produk perca batik yang diminati masyarakat.

Tas digunakan oleh semua kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah, pria maupun wanita di segala usia. Selain untuk menaruh barang, tas juga berfungsi untuk mendukung penampilan. Untuk memilih produk fashion seperti tas, memang tidak mudah. Selain kenyamanan, desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang penting. Sama halnya dengan pakaian, pemakaian tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang. Di

sisi lain kehadiran produk yang menarik dan trendi dapat meningkatkan prestige atau image bagi yang memakainya.

Selama ini pemanfaatan kain perca batik Kudus masih jarang dilakukan masyarakat kota Kudus, dikarenakan belum ada upaya pemanfaatan dan pengelolaan kain perca batik Kudus secara tepat guna. Selain itu, belum adanya produk fashion seperti tas yang unik, menarik yang khas menggambarkan ikon kota Kudus yang dijual di pusat oleh-oleh kota Kudus. Sehingga banyak masyarakat yang berkunjung dan berwisata di kota Kudus sering kali bingung untuk mencari produk fashion yang menarik dan khas di kota Kudus. Dengan adanya program kegiatan PKM-K ini, kami mempunyai ide usaha baru di bidang kreasi kain perca batik Kudus sebagai *tote bag* (tas jinjing) bermotif ikon kota Kudus yang unik dan bernilai senibudaya spot pariwisata kota Kudus. Selain itu *tote bag* (tas jinjing) tersebut juga ramah lingkungan dan mempunyai nilai jual ekonomi yang sangat terjangkau dan menjadikan produk fashion baru bagi masyarakat yang berkunjung di kota Kudus.

Oleh karena itu, kami menawarkan inovasi produk yang bernilai jual tinggi dan unik seperti produk kami yakni **“KREASI KAIN PERCA BATIK KUDUS SEBAGAI TOTE BAG BERMOTIF IKON KOTA KUDUS”**.

1.2 Tujuan

Modul ini disusun dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Memberikan panduan teknik bagi sentra pengrajin tas untuk meminimalisir pencemaran lingkungan dengan memanfaatkan sampah kain perca batik menjadi barang bernilai jual.
- b. Memberikan panduan teknik bagi sentra pengrajin tas untuk menciptakan produk fashion yang kreatif dan unik yaitu *tote bag* (tas jinjing) sebagai produk fashion baru di kota Kudus.

1.3 Sasaran

Modul panduan ini diharapkan memberikan informasi kepada semua pihak dan *stake holder* yang terkait dengan pengrajin tas. Sasaran modul ini adalah untuk dapat digunakan oleh beberapa kalangan yaitu:

- 1) Pengrajin atau pengusaha sentra tas
- 2) Pemerintah daerah (Dinas UMKM)

1.4 Sistematika

Modul panduan ini sebagai upaya untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi baru mahasiswa dalam mengolah dan mengkreasikan kain perca batik Kudus menjadi produk fashion *tote bag* (tas jinjing) yang bernilai jual di kota Kudus dan sekitarnya. Panduan ini memiliki dua (2) tahapan kegiatan, yaitu: cara pembuatan produk *tote bag* dan strategi pemasaran produk *tote bag*. Masing-masing tahapan kegiatan tersebut dijadikan menjadi BAB tersendiri yang terhimpun dalam sistematika berikut:

- 1) BAB I Pendahuluan
Berisi latar belakang, tujuan, sasaran, sistematika panduan
- 2) BAB II Kajian Pustaka
Berisi tentang Literasi sebagai acuan perancangan pembuatan dan pemasaran produk *Tote Bag*
- 3) BAB III Cara Pembuatan Produk *Tote Bag*
Berisi tentang alat dan bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan produk *Tote Bag*
- 4) BAB IV Strategi Pemasaran Produk *Tote Bag*
Berisi tentang bagaimana cara memasarkan produk *Tote Bag*
- 5) BAB V Penutup
Kesimpulan dan Saran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Tote Bag* (Tas Jinjing)

Secara umum pemanfaatan dan pengelolaan kain perca batik Kudus masih belum di lirik oleh masyarakat kota Kudus, karena banyak masyarakat yang tidak tahu dan enggan belajar bagaimana cara pengolahan kain perca batik Kudus yang baik dan memanfaatkan kain perca batik Kudus tersebut sebagai peluang usaha yang menguntungkan. Oleh karena itu sangat diperlukan suatu metode atau cara khusus untuk memanfaatkan kain perca batik Kudus sebagai barang yang bernilai ekonomis, sehingga sebagai langkah awal dalam membuka peluang usaha baru, mahasiswa berinisiatif menciptakan sebuah produk fashion berupa *tote bag* (tas jinjing) bermotifkan desain gambar yang mengandung nilai senibudaya dan spot pariwisata kota Kudus.

Tote bag merupakan salah satu model tas terbuka yang dilengkapi dengan dua tali pegangan di bagian atas. Sesuai dengan fungsinya dan tujuan penggunaannya, tas tersebut tersedia dalam berbagai desain dan ukuran. Dari tas besar, tas berukuran sedang, hingga tas kecil.

Berikut langkah yang kami tempuh dalam pengelolaan produksi fashion *tote bag* (tas jinjing):

- **Jenis, Nama Produk, dan Karakterisrik Produk**

Produk yang akan dihasilkan dalam usaha ini adalah produk fashion berbahan baku utama dari kain perca batik Kudus dengan tujuan memanfaatkan kembali barang yang tidak berguna menjadi barang bernilai jual serta menjaga kelestarian lingkungan. Dengan nama produk *tote bag* (tas jinjing). Jenis barang yang diproduksi berupa: tas jinjing.

Adapun karakteristik dari produk ini adalah bentuk produk fashion bermotifkan gambar ikon-ikon spot pariwisata kota Kudus dan

sekitarnya, dimana motif tersebut mempunyai nilai senibudaya dan pariwisata dengan model bentuk potongan sesuai pola gambar desain.

Berikut beberapa contoh gambar ikon-ikon kota Kudus yang akan di jadikan motif *tote bag* (tas jinjing) :



a. Menara Kudus



b. Djarum Oasis



c. Jembatan Kretek



d. Museum Kretek



e. Monumen Simbol Rokok

f. Tugu Identitas Kudus

Gambar Ikon-ikon kota Kudus

Dijelaskan pada Gambar.1 Ikon-ikon spot pariwisata Kota Kudus, sebagai berikut :

- a. Menara Kudus yang merupakan bangunan sejarah peninggalan Sunan Kudus.
- b. Djarum Oasis adalah taman modern yang berada di sepanjang jalan menuju PT. Djarum Kudus.
- c. Jembatan Kretek merupakan simbol daun tembakau.
- d. Museum Kretek adalah tempat penyimpanan benda-benda antik dan sejarah perkembangnya industri rokok di kota Kudus.
- e. Simbol Rokok merupakan monumen yang dibuat PT.Djarum sebagai simbol bahwa kota Kudus adalah kota Industri Rokok.
- f. Tugu Identitas Kudus adalah ikon kota Kudus

Keunggulan hasil *Tote Bag* (Tas Jinjing)

Keunggulan *Tote Bag* (Tas Jinjing) adalah :

- Bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan *tote bag* ini adalah memanfaatkan kembali kain perca batik Kudus yang ramah lingkungan.
- Bentuk dan model potongannya sesuai ukuran pola gambar, dimana produk lain yang sejenis hanya mensablon motifnya dan mudah pudar serta kurang artistik dan kurang menarik.
- Motif desain gambar yang digunakan adalah gambar ikon-ikon spot pariwisata dan budaya kota Kudus.
- *Tote bag* ini didesain sangat menarik sehingga menjadikan *tote bag* ini anti ribet, multi fungsi, elegan dan desain yang berbeda dengan yang lainnya.

2.2 Penerapan Produk

Penerapan produk ini dalam kehidupan sehari-hari adalah penggunaan tas jinjing sangat lebar tidak hanya terbatas pada aksesoris fashion, tapi juga bisa dibiarkan membawa sejumlah besar barang. Sebut saja buku teks yang biasa digunakan untuk mendikte ceramah, dompet dan telepon seluler, dalam kotak kosmetik yang bisa diambil saat anda sedang di jalanan. Selain itu, tas kain juga dikenal sebagai alternatif belanja terbaik dan lebih ramah lingkungan dibandingkan bahan plastik yang sulit dibongkar. Karena tas kain terkenal sangat kokoh dan tahan lama bila digunakan dengan cara yang baik dan benar.

BAB III

CARA PEMBUATAN *TOTE BAG*

3.1 Pelaksanaan Produksi

Dalam pembuatan *Tote Bag* (tas jinjing) bermotif ikon kota Kudus ada 2 tahapan penting yang harus dilakukan. Yang pertama adalah membuat bentuk *Tote Bag* yang terbuat dari kain polos. Yang kedua adalah membuat ikon kota Kudus (Menara Kudus, Djarum Oasis, Jembatan Kretek, Museum Kretek, Simbol Rokok, Tugu Identitas Kudus) di tengah-tengah *Tote Bag*nya dengan cara dijahit yang mengkombinasikan kain perca batik Kudus.

Adapun cara membuat *Tote Bag* adalah sebagai berikut :

Bahan baku dan alat yang digunakan antara lain terdiri dari:

a. Bahan baku yang dibutuhkan:

1. Kain kanvas putih polos
2. Kain perca batik Kudus

b. Peralatan yang digunakan:

- | | |
|----------------|----------------------|
| 1. Gunting | 4. Benang jahit |
| 2. Cutter | 5. Resleting |
| 3. Jarum jahit | 6. Penggaris/meteran |

c. Cara Pembuatan:

Adapun langkah dan proses pembuatan *Tote Bag* kain perca yaitu :

- 1) Buat pola dengan memotong kain yang polos dengan ukuran 40 cm x 35 cm
- 2) Potong juga kain katun untuk bagian dalamnya dengan ukuran yang sama 40 cm x 35 cm
- 3) Lalu jahit dengan menyambungkan kain polos dan kain katun
- 4) Balik kain kanvas yang berada di dalam, dan jahit berbentuk huruf U lipat ke dalam bagian tas beberapa cm dan jahit agar terlihat lebih rapi. Tidak lupa di obras pinggir tepi *Tote Bag*

- 5) Jahit ujung bawah tas dengan mempertemukan garis jahitan bawah dan jahitan samping sehingga membentuk segitiga. Fungsinya akan memberikan bentuk kotak pada tas
- 6) Jahit tali pegangan, pastikan ukuran kanan dan kiri sama agar tas seimbang saat di jinjing. Untuk penutup tas di pasang resleting atau perekat di tengah-tengah *Tote Bag*.
- 7) Setelah *Tote Bag* yang polos sudah jadi. Lalu buat ikon Kota Kudus (Menara Kudus, Djarum Oasis, Jembatan Kretek, Museum Kretek, Simbol Rokok, Tugu Identitas Kudus) ditengah-tengah *Tote Bag* dengan menggunakan kain perca batik. Pastikan antara gambar ikon Kota Kudus dan *Tote Bag* dijahit agar tidak mudah lepas.

BAB IV

STRATEGI PEMASARAN *TOTE BAG*

4.1 Perencanaan Pemasaran

a. Analisis Peluang Pasar

1. Kain Perca batik Kudus

Kain perca batik Kudus yang selama ini di anggap masyarakat barang yang tidak berguna, kini di tangan mahasiswa Universitas Muria Kudus bisa menjadi barang yang bernilai ekonomis. Karena belum ada upaya pemanfaatan dan pengelolaan Kain perca batik Kudus secara tepat guna oleh masyarakat.

2. Produk Fashion

Produk Fashion yang unik dan menarik adalah pilihan tepat sebagai kenang-kenangan bagi para wisatawan yang berkunjung ke kota Kudus. *Tote Bag* (tas jinjing) bermotif ikon kota Kudus merupakan produk fashion yang cocok untuk mengingatkan kembali wisatawan terhadap senibudaya dan pariwisata yang ada di Kota Kudus.

b. Penentuan Tujuan Promosi dan Pemasaran

Promosi melalui media sosial (facebook, instagram, whatsapp), Aplikasi Penjualan Online (Shoope, Bukalapak, Lazada), Koperasi Mahasiswa UMK (KOPMA UMK) dan ditempat- tempat wisata daerah Kudus (Menara Sunan Kudus, Musium Kretek, Tugu Identitas dll). Pemasaran produk fasion *Tote Bag* dimulai dengan menitipkan barang di Koperasi Mahasiswa UMK (KOPMA UMK). Selanjutnya menitipkan barang secara langsung pada toko maupun kios yang berada di tempat-tempat wisata dan pusat oleh-oleh atau souvenir di kota Kudus dan sekitarnya.

- **Media Promosi Yang Akan Digunakan**

Untuk menunjang proses pemasaran, ada beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk fashion *tote bag* (tas jinjing) ini sehingga lebih cepat dikenal oleh masyarakat khususnya

para wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung di kota Kudus.

Promosi dilakukan melalui :

1. Penjualan online di media sosial yang kemudian akan dikirim melalui kantor pos, JNE, JNT dll. Media sosial ini meliputi: Instagram, Facebook, dll.
2. Penjualan online melalui *Market Place* yang kemudian akan dikirim melalui kantor pos, JNE JNT dll. *Market Place* ini meliputi : Shoope, Bukalapak, Lazada, dll.
3. Bekerja sama dengan Blogger untuk membantu menuliskan ulasan tentang bisnis yang dijalankan.
4. Mengadakan *Give Away*, yaitu pemberian barang secara gratis namun dengan syarat-syarat tertentu.
5. Memasang pamflet brosur di Majalah dinding yang dekat ditempat umum.
6. Mendirikan stand dan memberikan brosur untuk dibaca para calon pembeli, misalnya di acara Car Free Day, Festival dll
7. Mendirikan stand di area spot wisata Kota Kudus pada hari-hari dan jam tertentu.

c. Strategi Produksi

Dalam strategi produksi, kami membangun kerjasama antar pengerajin batik Kudus untuk mengumpulkan dan mengelola kain perca batik Kudus yang tidak di gunakan lagi oleh mereka. Selanjutnya kain perca batik Kudus tersebut kami tampung untuk dimanfaatkan kembali menjadi produk fashion *Tote Bag* dengan cara mengkreasikan kain perca batik Kudus sebagai tote bag (tas jinjing) bermotif ikon kota Kudus yang ramah lingkungan.

d. Promosi dan Pemasaran

Promosi dilakukan melalui media sosial, kemudian dengan cara membuat stand di area wisata kota Kudus pada hari-hari tertentu dengan membuat pamflet, brosur, dan blog yang membahas tentang *Tote Bag* (tas jinjing) bermotif ikon kota Kudus serta cara pemesanan online maupun secara langsung. Pemasaran dilakukan disekitar kampus, dan menitipkan barang secara langsung pada toko maupun kios yang berada di tempat-tempat wisata dan pusat oleh-oleh atau souvenir di kota Kudus dan disekitarnya.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui perkembangan usaha yang dijalankan, serta mengetahui tingkat daya beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan dan mengevaluasi komentar-komentar konsumen terhadap produk yang dijual, yang selanjutnya memperbaiki produk sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen.

4.2 Rencana Keberlanjutan Usaha

Rencana keberlanjutan usaha kedepannya adalah memperbanyak desain gambar ikon-ikon seni, budaya dan pariwisata se-Jawa Tengah. Dengan melakukan pengembangan jenis produk fahion *Tote Bag* (tas jinjing) yang menarik dan unik berbentuk 3D. Langkah tersebut diperlukan untuk memperbanyak variasi terhadap produk yang kita tawarkan sesuai dengan permintaan konsumen. Selain itu, juga meningkatkan mutu pelayanan secara interaktif dan responsif terhadap pesanan produk yang kita jual kepada konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Modul ini merupakan hasil kajian dari penelitian yang dilakukan pada pengerajin batik di kabupaten Kudus. Seperti pada umumnya pengerajin batik di Indonesia masih banyak belum memanfaatkan secara maksimal kain perca batik yang dihasilkan. Dan perca ini tentunya akan mencemari lingkungan jika tidak dimanfaatkan dengan maksimal. Oleh karena itu harus ada kesadaran meminimalisirnya dengan cara membuat *tote bag* (jas jinjing) yang kreatif dan unik yaitu sebagai produk fashion baru di kota Kudus. Secara garis besar tidak sulit untuk membuat *tote bag* dari kain perca ini. Terdapat beberapa langkah-langkah dalam perancangan pembuatan *tote bag* ini yaitu dwi fungsi, yang pertama bisa sebagai tas jinjing dan kedua bisa sebagai tempat tisu jika tas tersebut dilipat. Jadi produk ini mempunyai manfaat yang lebih dibandingkan produk yang lainnya di pasaran.

5.2 Saran

Modul ini sebagai panduan yang pertama kali dibuat, tentunya masih banyak memiliki keterbatasan. *Tote bag* ini merupakan salah satu inovasi dalam pemanfaatan limbah kain perca batik di Kudus. Sehingga masih perlu perbaikan pada pemanfaatan limbah kain perca. Hal ini jika diaplikasikan pada proses pembuatan pada pemanfaatan limbah kain perca, maka akan meningkatkan produktivitas yang maksimal pada proses pembuatan *tote bag* (jas jinjing) dan pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan RI, 2008, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025.
- Nenny, Anggraini, 2008, "Industri Kreatif", Jurnal Ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151.
- Priyanti. (2013). Cerdik Berkreasi dengan Perca Batik. Yogyakarta: Andi.
- Sawitri Sicilia, Rachmawati Rina, Syamwil Rodia. 2009. "Pemanfaatan Kain Perca Dalam Rangka Meningkatkan Industri Kreatif Di Kabupaten Semarang". Fakultas Teknik-UNNES